



ПРОПИШИ

пропиши

интерактивный цифровой гаджет
для обучения детей письму

15.14Д-ММ01/22Б

Завкибекова Камилла Бахтибековна

Шеремет Алёна Алексеевна

ПРОБЛЕМА

проблема



У детей младшего школьного возраста нет мотивации к письму из-за отсутствия интерактивности и индивидуального подхода в традиционных прописях и увлечения цифровыми развлечениями

79 %

детей младшего возраста не имеют мотивации к обучению письму

30 %

детей имеют трудности в обучении письму

Отказ от ручного письма может сказаться на интеллектуальной деятельности; ухудшаются: чтение, моторика, координация, грамотность, память, глазомер развиваются не в полной мере.

*по данным MOLUCH и INOSMI

РЕШЕНИЕ

решение



Разработка интерактивного цифрового гаджета для обучения детей письму, сочетающего в себе:

ДИСПЛЕЙ

ТАКТИЛЬНЫЙ СТИЛУС
с датчиками

СИСТЕМУ ГЕЙМИФИКАЦИИ

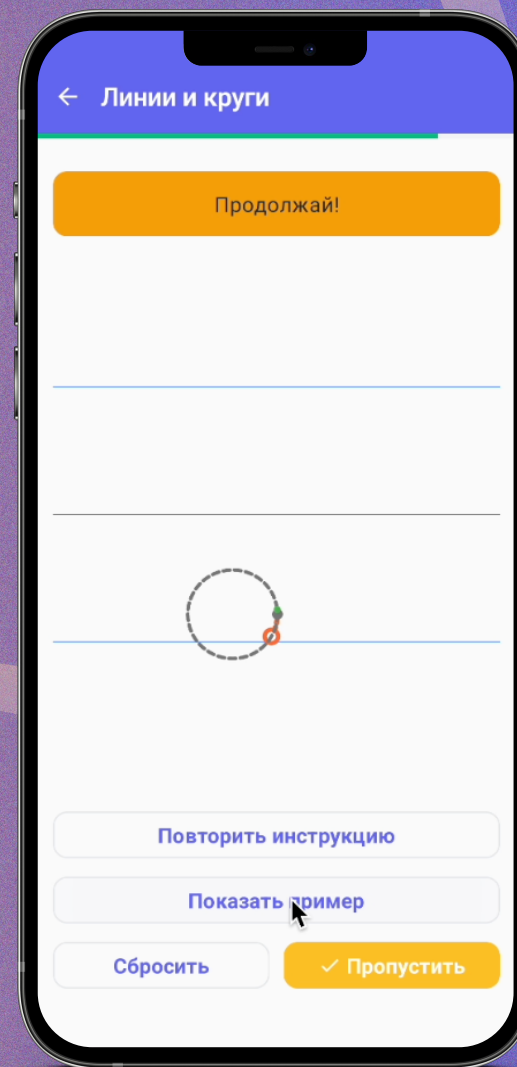
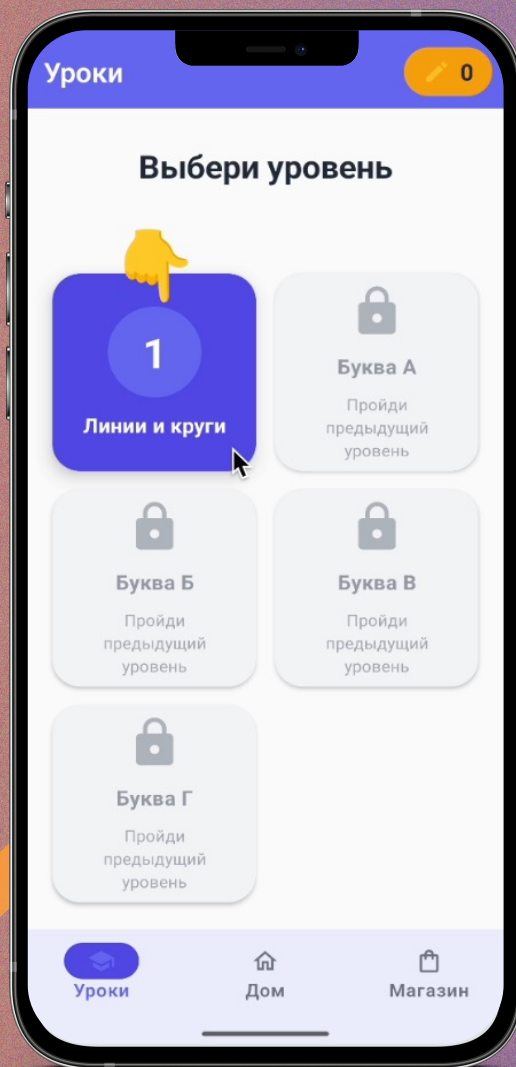
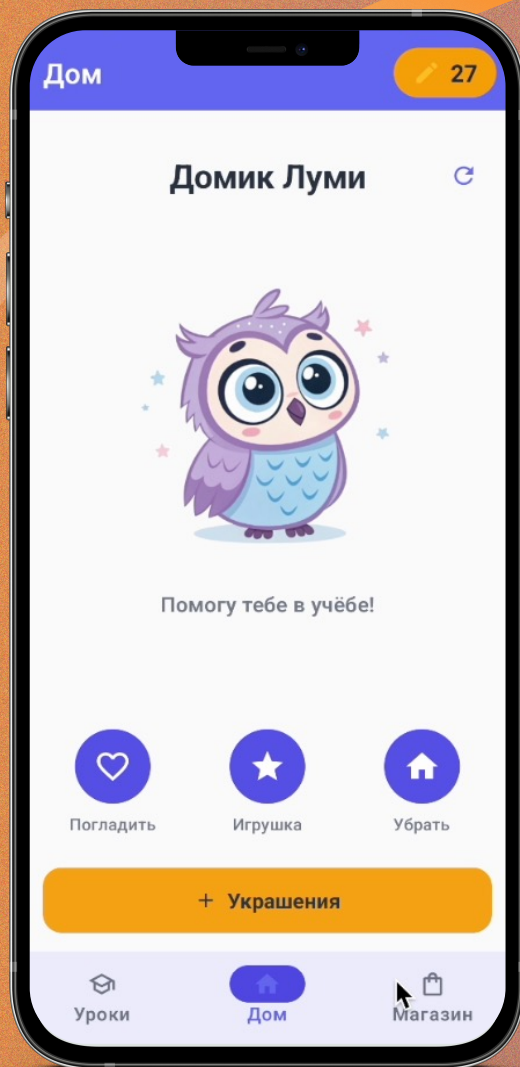
**ЭФФЕКТ
БУМАГИ**

ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЕ УРОКИ

РЕШЕНИЕ



MVP



АНАЛИЗ РЫНКА

анализ рынка



- Рынок EdTech сейчас растёт на 12% быстрее, особенно в сегменте начального обучения
- Конкуренция умеренная, ниша для «ProПиши» свободна
- Анализ моделей показывает потенциал роста и масштабирования
- Детский сегмент – главный на рынке в III квартале 2025 г.. Его объём достиг 13,7 млрд. рублей



АНАЛИЗ ЁМКОСТИ



РЫНКА

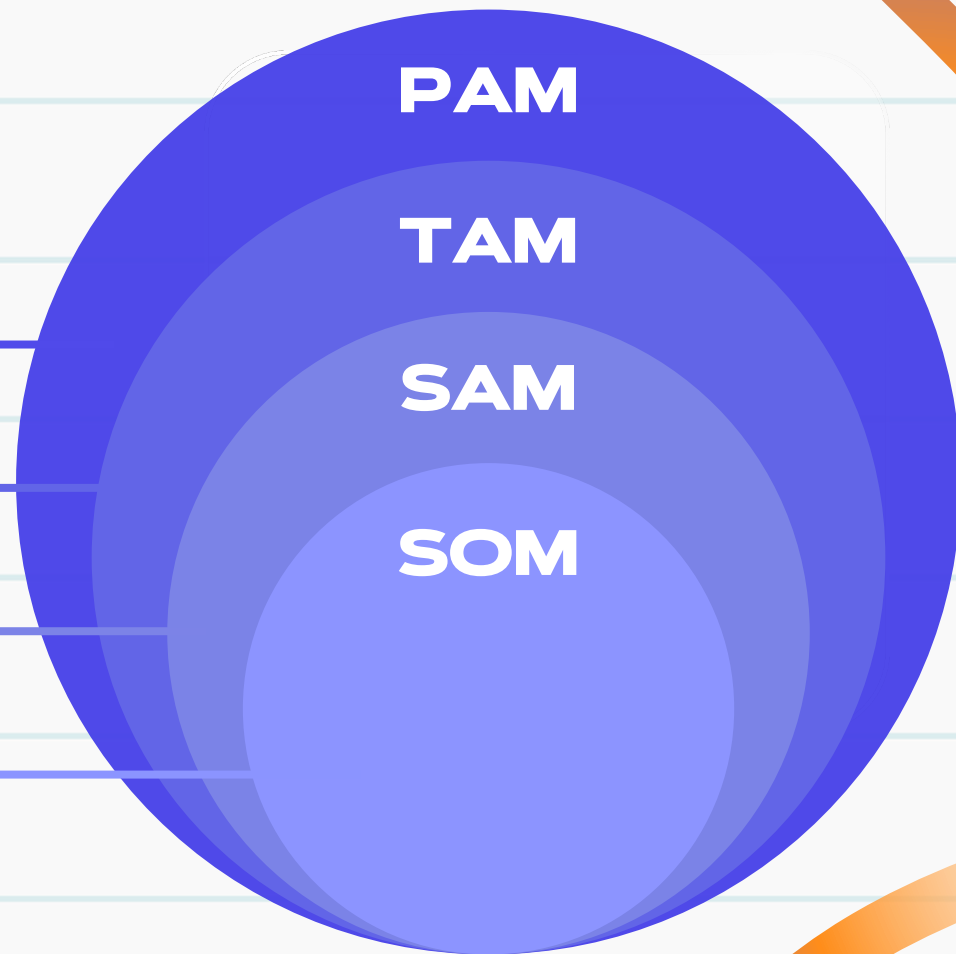
анализ ёмкости рынка

140 МЛРД ₺

16,8 МЛРД ₺

2,52 МЛРД ₺

252 МЛН ₺



*все показатели рассчитаны на год

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

целевая аудитория



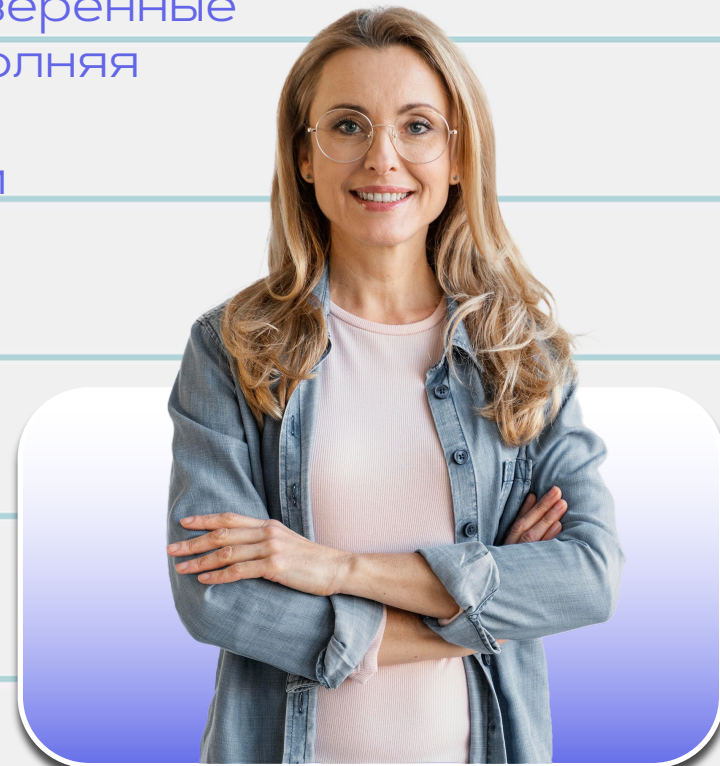
Родители 25–30 лет детей 4–8 лет

- активные пользователи EdTech-продуктов
- ценящие удобство, эффективность



Родители 30–45 лет детей 4–8 лет

- ориентированы на домашнее обучение и развитие ребёнка
- выбирают проверенные методики, дополняя их цифровыми инструментами



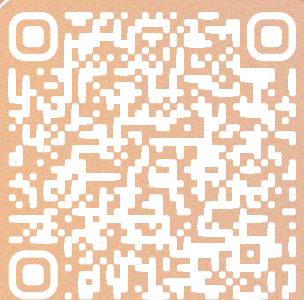
CUSTDEV

customer development



ПРОБЛЕМНОЕ ИНТЕРВЬЮ

- 117 респондентов
- 3 блока вопросов по тематикам: обучение, геймификация, письмо
- 20 вопросов



РЕШЕНЧЕСКОЕ ИНТЕРВЬЮ

- фокус-группа из 12 респондентов
- 10 вопросов

UX ИНТЕРВЬЮ

- 5 респондентов
- 10 вопросов

CustDev показал, что пользователи ищут не просто инструмент для письма, а увлекательный формат обучения, который объединяет игру, развитие и осязаемый результат для ребёнка.

ПОДТВЕРЖДЕННЫЕ ГИПОТЕЗЫ



Если бы родители были уверены, что вовлеченность ребёнка в прописи в процессе использования нашего устройствакратно вырастет, то 65% из них были бы готовы купить наш гаджет

ПРИОРИТЕТНАЯ

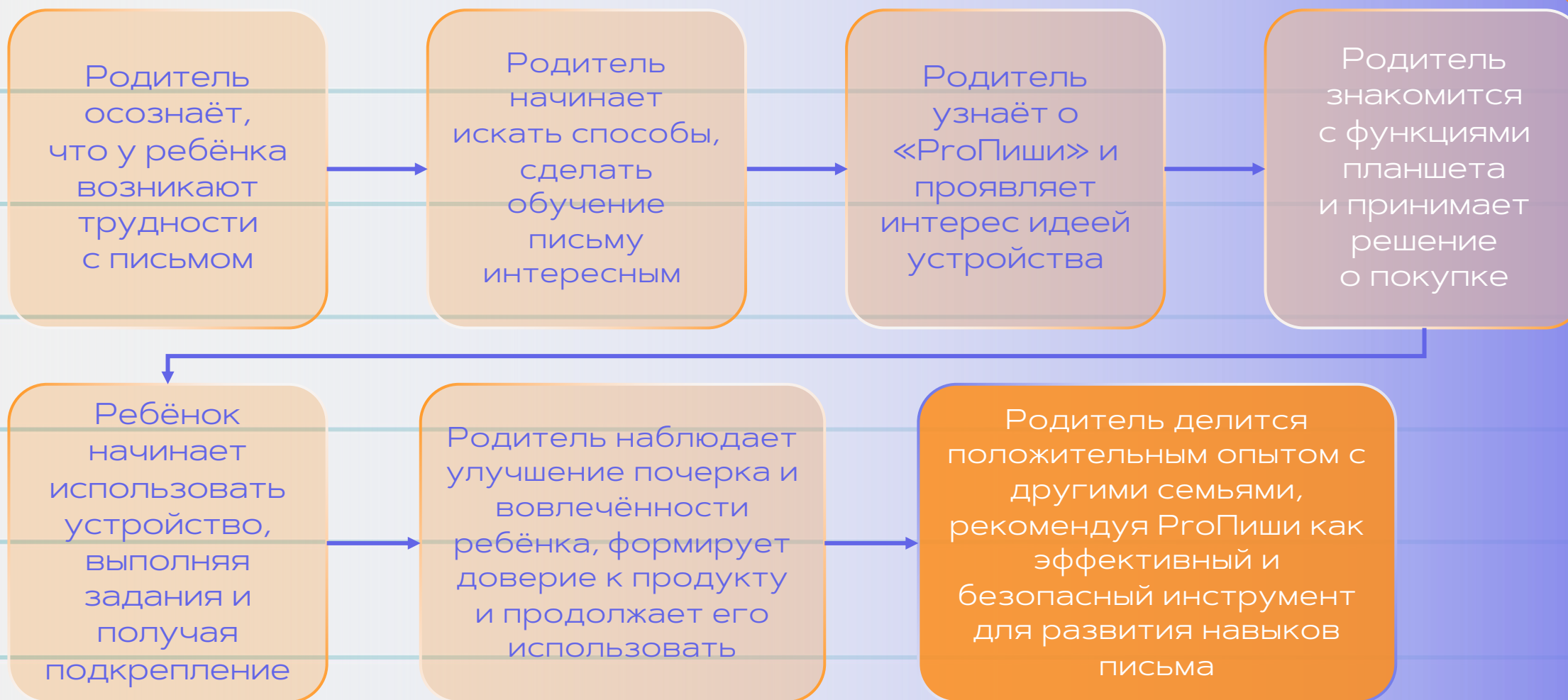
Если обучение письму сопровождается элементами игры и поощрениями, то мотивация 70% детей к занятиям возрастает

Если родители видят, что почерк ребёнка действительно улучшился за месяц использования устройства, то 80 % из них готовы рекомендовать его знакомым.

Если родители могут отслеживать прогресс ребёнка в цифровом приложении, то 70% из них чаще вовлекаются в процесс обучения и остаются более довольными продуктом

CJM

customer journey map



ЦЕЛИ ПО SMART

цели по smart



Разработать и подготовить к выводу на рынок интерактивный цифровой гаджет «ProПиши» для обучения письму детей 4–8 лет, объединяющий аппаратные и программные решения, а также подтверждение его работоспособности по итогам тестирования MVP

Обеспечить финансовую эффективность проекта за счёт привлечения инвестиций в размере 4,3 млн рублей, достижения окупаемости в срок 1 год 3 месяца и роста рентабельности продаж до 21,96% ко второму году реализации

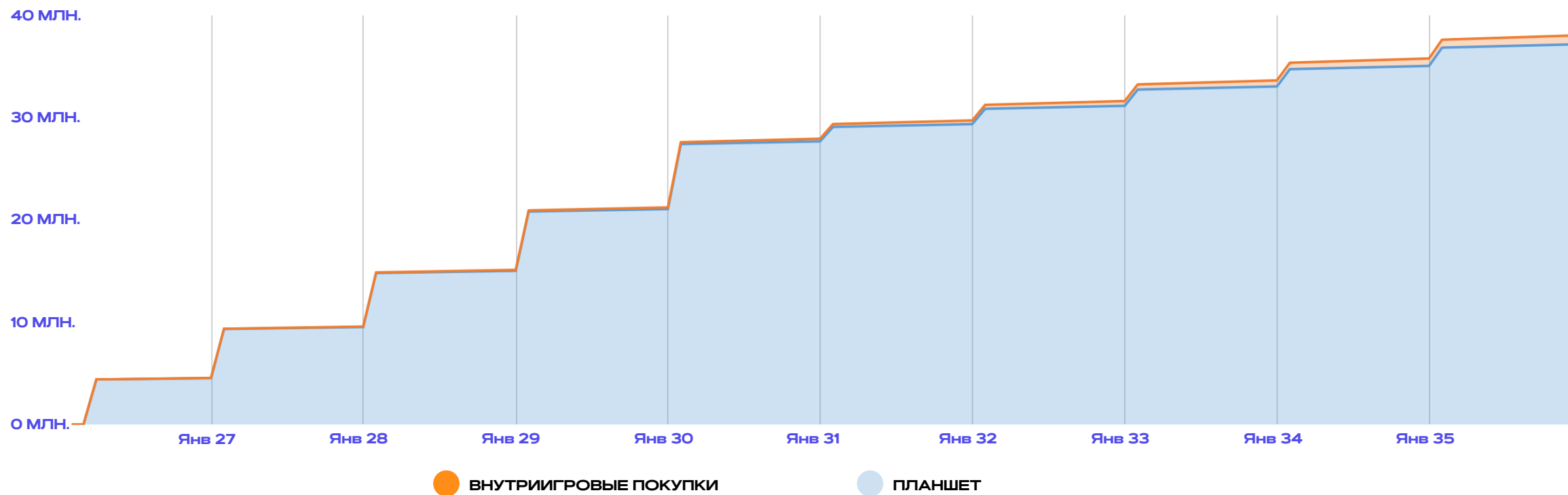
Обеспечить коммерческий запуск проекта на российском рынке с достижением объёма выручки не менее 44,7 млн рублей в первый год реализации

ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА

перспективы роста



ДИНАМИКА ПРОДАЖ



КОНКУРЕНТЫ

конкуренты



КРИТЕРИИ	Традиционные прописи	Игровые приложения (Toca Voco)	Образовательные платформы (Duolingo)	Экосистемы (Фоксфорд)
Тактильная обратная связь	-	-	-	-
Геймификация	-	+	+	+
Мгновенная обратная связь	-	+	+	+
Контроль прогресса для родителей	-	-	-	+
Высокая вовлечённость детей	-	+	+	+
Безопасность по сравнению с планшетом	+	-	-	-
Формат «edutainment» (обучение + игра)	-	+	+	+
Соответствие тренда на цифровизацию образования	-	-	-	+

«ProПиши»
сочетает
преимущества
всех решений
и устраняет
их слабые
стороны



БИЗНЕС-МОДЕЛЬ



ключевые партнёры

Производственные и технологические партнёры – поставщики комплектующих из Китая. Производители, осуществляющие сборку планшета

Методические партнёры - школы, детские центры, «Фоксфорд», педагоги, логопеды, психологи.

Медиа-партнёры - родительские сообщества.

Инвестиционные партнёры: ФСИ, Сколково, ФРИИ

виды деятельности

Разработка, производство и развитие интерактивного комплекса «ProПиши» с созданием устройства, ПО и обучающего контента

ключевые ресурсы

Технологии, команда специалистов, интеллектуальные активы, финансирование и стратегические партнёрства

ценностное предложение

«ProПиши» — интерактивный способ обучения письму, объединяющий игру и педагогику. Для ребёнка — увлекательное развитие с обратной связью и питомцем, для родителей — контроль и аналитика, для педагогов — инструмент индивидуального обучения

взаимодействие с клиентами

Отношения с клиентами основаны на доверии, поддержке и вовлечённости через обратную связь и сообщество.

каналы сбыта

Продвижение по гибридной модели: онлайн — собственный сайт, маркетплейсы, блогеры; оффлайн — школы, выставки, демонстрации.

потребительские сегменты

Проект ориентирован на два основных сегмента пользователей. Первая и главная группа — это родители детей 4–8 лет, разделённые на продвинутых пользователей, открытых инновациям, и второй сегмент традиционных родителей, ценящих образовательную пользу и безопасность.

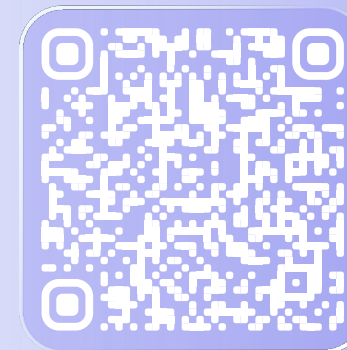
структура расходов

Издержки включают производство, разработку, маркетинг и администрирование. Основные затраты — устройство, ПО, реклама и команда; часть функций передаётся на аутсорсинг для оптимизации.

потоки доходов

Финансовая модель — смешанная: доход от продаж устройства, подписок и виртуальных товаров, что обеспечивает стабильность и масштабируемость.

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ



фин. модель

СРОК ОКУПАЕМОСТИ

15 месяцев

**ПРОГНОЗ ПО
ВНУТРИИГРОВЫМ
ПОКУПКАМ**

Планируется увеличение доли
внутриигровых покупок до 40%
в общей выручке к концу года

ВЫРУЧКА 15 месяцев

44 686 400 ₽

ПРИБЫЛЬ 15 месяцев

2 844 615 ₽

АНАЛИЗ РИСКОВ

анализ рисков



- Конкуренция с универсальными планшетами
- Рост себестоимости комплектующих
- Быстрое устаревание технологий

ВЫВОДЫ

Проекту «ProПиши» важно усилить позиционирование как образовательного инструмента, обновлять технологии и снижать себестоимость через локализацию и партнёрства.



ДОРОЖНАЯ КАРТА

дорожная карта

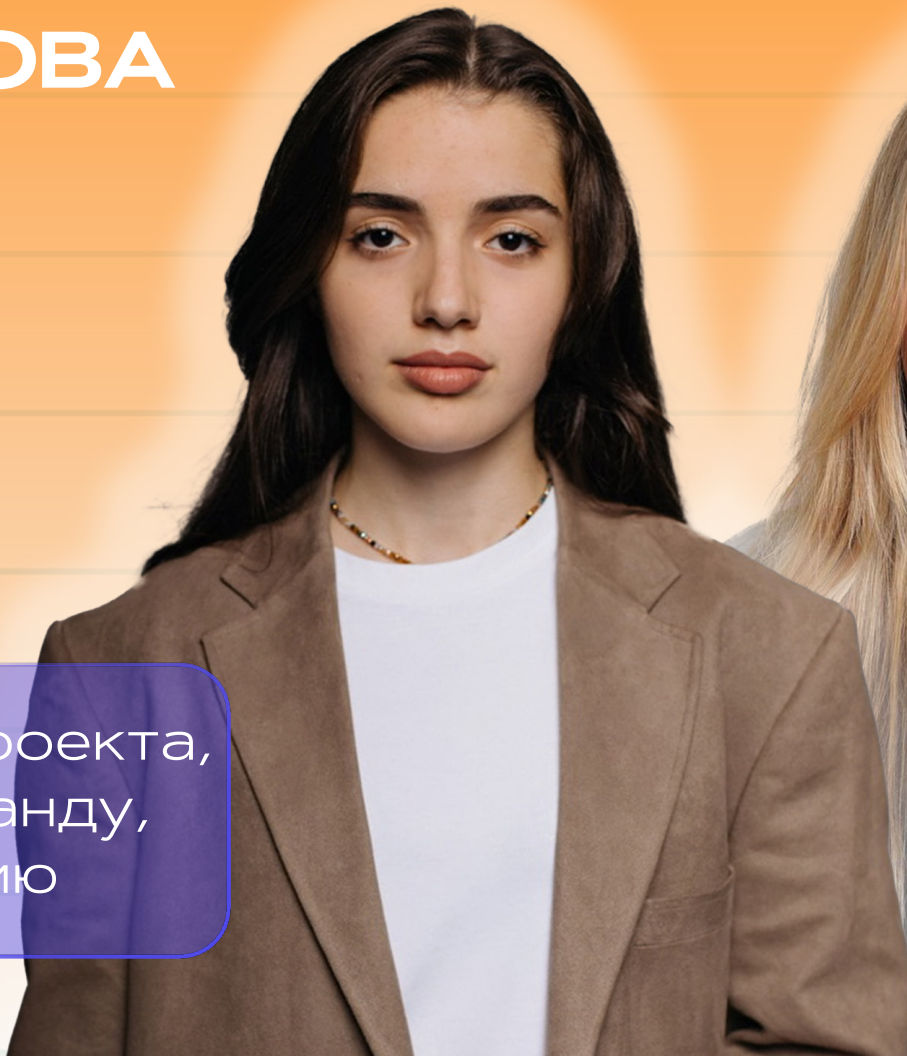


КОМАНДА

команда

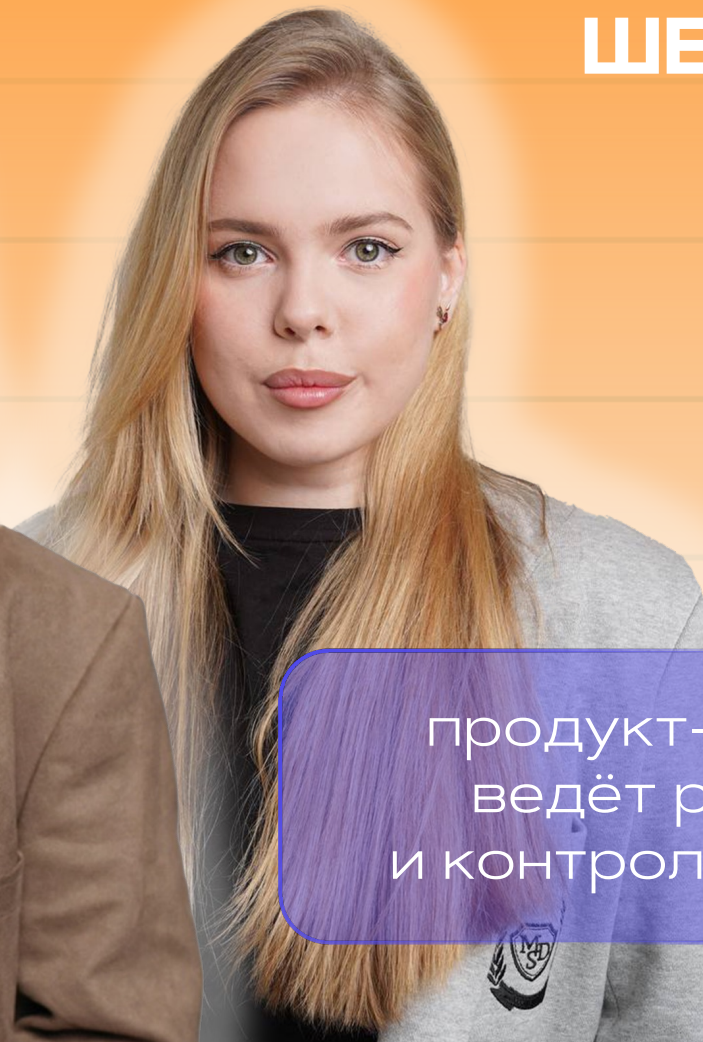


ЗАВКИБЕКОВА
КАМИЛЛА



руководитель проекта,
отвечает за команду,
сроки и стратегию

ШЕРЕМЕТ
АЛЁНА



продукт-менеджер,
ведёт разработку
и контроль качества

КОМАНДА

команда



ШЛЁМИН
ДМИТРИЙ



инженер программного
обеспечения

ИВАНЬКИН
ДАНИИЛ



инженер аппаратного
обеспечения

ДОСТИЖЕНИЯ

достижения



ФОНД СОДЕЙСТВИЯ
ИННОВАЦИЯМ



Конкурс «Студенческий Стартап VI сезон»
Выигрыш гранта размером 1 000 000 р.

росмолодёжь

Проект «Твой Ход 2025»



Победители баттла HR клуба РЭУ
им. Г. В. Плеханова



А ЧТО ПРОИСХОДИТ С РЕБЁНКОМ, КОГДА ОН ПИШЕТ НА ПЛАНШЕТЕ?

что?

- В обычных планшетах ребёнок просто “скользит” по экрану, не чувствуя бумаги.
- В «ProПиши» экран имеет эффект бумаги, а стилус — датчики давления и угла наклона.
- Устройство отслеживает силу нажатия и формирует правильную моторику.
- Ребёнок чувствует, как будто пишет на настоящей бумаге, но с подсказками и обратной связью.